



A Inteligência Artificial e seu impacto no mundo da moda

Roberto Gomes, da Fellow Startup, discute sobre como a tecnologia e a inovação vem transformando o mercado fashion

Um robô que escolhe as roupas e te ajuda a vestir? O que vem à sua mente quando alguém fala em Inteligência Artificial (IA) aplicado ao mundo da moda? Esse foi o tema da palestra de Roberto Gomes, da Fellow Startup. O bate-papo faz parte da 29ª edição do Minas Trend e aconteceu no prédio da P7 Criativo.

"Na prática, trata-se de empregar algum mecanismo de inteligência artificial em alguma parte da cadeia de valor da indústria da moda", definiu.

Segundo ele, a IA é um termo "guarda-chuva" que abrange um conjunto de processos, métodos, ferramentas e técnicas para atingir o objetivo de fazer com que os computadores se comportem de forma inteligente, como os humanos.

"Isso inclui habilidades como raciocínio, resolução de problemas, recuperação da memória, planejamento, aprendizagem, processamento da linguagem natural, percepção, manipulação, interação social e criatividade", explicou.

Roberto também destacou a velocidade absurda com que a tecnologia vem evoluindo em comparação com a própria história do ser humano.

"Nós levamos 6 milhões de anos para desenvolver o cérebro que temos hoje, com todo o seu nível de complexidade. Já a capacidade de processamento de um computador dobra a cada 18 meses, em média. Isso mostra o potencial que a IA ainda tem para evoluir", analisou.

Mas, segundo ele, essa "competição injusta" não é algo ruim e a tecnologia serve justamente para automatizar atividades maçantes ou repetitivas e permitir que o ser humano dedique tempo a outras atividades.

"Inclusive, em várias etapas da IA é preciso que o ser humano ensine corretamente a máquina para que ela consiga automatizar as soluções", destacou.

Sobre o seu uso prático no mercado fasihon, são inúmeras as funções que uma IA pode assumir na cadeia de valor deste segmento.

"Ela pode ser aplicada em atividades como execução, produção, marketing e distribuição - abrangendo produtos e serviços", afirmou.

Roberto também destacou que uma mesma IA pode combinar diversas funções em uma mesma solução, como robótica, reconhecimento facial, visão computacional, chatbot e reconhecimento de voz.

"Uma outra questão interessante para as empresas pensarem é quanto de recurso será empregado para investir em uma IA que vai fazer a mesma função que um funcionário faz. Um exemplo disso são os scanners que fotografam o corpo do cliente e conseguem gerar medidas como um alfaiate faria", disse.

Ele também citou diversas maneiras que a IA pode ser aplicada ao mercado da moda. No e-commerce, por exemplo, as marcas podem contar com um provador virtual, robô de atendimento e assistente de estilo virtual.

"Para a logística e estoque podemos usar a IA para previsão de demanda e robótica de armazém. Já para o design, podemos usá-la para prever tendências. Lembrando que as tecnologias podem se complementar: se a marca prevê quais tendências vão vender mais, isso também ajuda a prever a demanda de peças e favorecer o planejamento", exemplificou.

Ele pontuou que o setor de previsão de tendências, inclusive, tem se tornado até um setor específico chamado "trendhunter".

"Análises de Big Data, Machine Learning, Image Recognition e insights de consumo e redes sociais podem apontar tendências de cores, estampas, padrão de corte e modelos de consumo", afirmou.

Outro destaque são os espelhos virtuais, que fotografam o corpo do cliente e oferecem sugestões de peças.

"A IA consegue sugerir tamanhos personalizados, recomendações de estilo, integração com sistema de pagamento e integração com a logística de entrega do produto. Com um sistema desses, a loja não precisa ter um espaço muito grande e nem um alto número de peças em estoque pois a experiência estará concentrada virtualmente", falou.

Outro case interessante é a tecnologia de antifalsificação que consegue, via imagem, identificar se uma peça é original ou réplica.

"Também destaco a tecnologia como ferramenta para a sustentabilidade e produção têxtil. Já temos IA que faz controle de pragas em plantação de algodão e outro que trança fibras da casca do abacaxi para gerar produtos", exemplificou.

Assim, são inúmeras as possibilidades que a IA oferece para o campo da moda e algumas são, até mesmo, imprevisíveis.

"Por mais que façamos análises, é impossível saber como estaremos daqui a um ou cinco anos. Também temos a influência governamental sobre até que ponto uma IA pode ser desenvolvida. Apontamos caminhos, mas fazer um exercício exato de futurologia é muito difícil", arrematou.

Informações para imprensa:

Marcia Fonseca

Content.PR/ MD

marcia.f@md.com.br

Richard Novaes

Content.PR/ MD

richard.n@md.com.br